



סיווק ברשת

יוליה גרוס



GettyImages: זילון

גלישה בפייסבוק

מפחדים מהניסוי של פייסבוק? צריך לייחל לו!

פייסבוק היא מעצמה, שגם עושה ניסויים כבני אדם. טוב, זה פחות דרמטי מאיך שזה נשמע, אבל תכלס זה נכון. למעשה, הגאונות שבפייסבוק היא שבלי לשים לב, אנחנו לא רק משתמשים בה, אלא גם משווקים. מין קהל שבו המשמש חומר ביד היוצר. חרשות לבקרים הרשת משנה, מר סיפה, מורידה, מעדכנת, מעצבת, מסדרת, משכללת, מקדמת, משדרגת... אבל לפעמים גם ממש מעצבת. לך כותה יאמר שברוב המכריע של המזכרים היא דואגת לשמור על האינטרסים של המפרסמים ועל פשטות, קלות משתמש, ידידותיות, מחירים סבירים יחסית ובעיקר היא נותנת כלים להשיג תוצאות. הניסוי האחרון של הרשת חולל בהלה. גולשים רצו לרבר על זה, הרגישו שזה הזמן לשיחת יחסי לנא. כחודשים האחרונים, פייסבוק השלימה את ההשקש של פיד חדש, דף הבית בשפת הגולשים. את הדף הזה פייסבוק כינתה "פיד חשיפה" – Explore Feed. פיד שאמור היה לאפשר לנו להיחשף לתכנים שלא מוכרים לנו. מאוחר יותר התברר שפייסבוק ניצלו את הפיד לניסוי מאוד מסקרן בשם מדינות שונות במקביל, שבהן הכניסו לפיד החדש הזה, השולי, את התוכן האורגני של דפים עסקיים שאינם עוקבים אחריהם. נבדלו: מדר בר דפים של משווקים שלא שילמו לפייסבוק בעבור פרסומם, אך אנחנו הבענו בהם עניין. במילים אחרות: הגולשים ראו את העדכונים של החברים ובני המשפחה בפיד הרגיל, בתוספת המודעות הממומנות (אלה שאמנם קשורות לתחום העניין שלנו, אך לא סימנו שאנחנו אוהבים). אך בפיד החדש הם נחשפו לתוכן ממקורות לא מוכרים נוסף על התוכן האורגני שלהם. הפי

צול עורר את חשדם של המפרסמים שמדובר בחיירק אלים שעומד להרביץ את שאר העולם ולהרוג את הכלי העוצמתי ביותר שעומד לרשות בעלי עסקים, בעיקר הקטנים שלא משלמים לקידום, מה שמכונה השיווק האורגני. פייסבוק זיהתה את האפניקה ויצאה באזעקת הרגעה הגורסת כי לפי שעה, אין כוונה להרחיב את הניסוי. אז האם אפשר לנשום לרווחה? לא בטוח! יש הטוענים כי יום הדין קרב ובא, ולו משום שחייב להימצא פתרון לעומס התוכני ההולך וגדל בעולם. עולם הפייסבוק, כמובן. ובכל זאת, חדש לי לסגור על המזהלך של פייסבוק ואפילו לקדם אותו בברכה, כי הצדקה הזו יהיה בגודל כמה מצוות למשווקים הקטנים. 1. האשליה של אפקטיביות השיווק האורגני תתאידר. רבים משקיעים אני רגיה ב"שיווק" ברשת, מבלי להבין שמדובר בחשיפה שפעם היתה גבוהה באחווים, אך ממספר גולשים קטן וכיום היא בשבירי אחוז ממספר גדול – בכל מקרה לא אפקטיבית בעליל. במצב החדש בעלי עסקים יבחרו לוותר על השקעת זמן בכתיבת פוסטים לא ממומנים ויחסכו לעצמם זמן יקר. 2. בעלי עסקים יצטרכו לפרסם בצורה ממומנת, וכך לעבור באופן מאורגן הרבה יותר במקום הקשקשת ברשת שמאפיינת את הפרסום כיום. לאלה שחילטו לקחת את השיווק צעד אחד קדימה, מדובר בתרומה של ממש. 3. ברור שאם בעל עסק יעבור לפי עילות שיווקיות ממומנת, שמתוכננת היטב, הוא יקבל תמורה גדולה באופן משמעותי, בהשוואה לפעילות האורגנית הכמעט אפסית. 4. אפקט חיובי נוסף שצדד כזה עשוי לחולל הוא שרבים מבעלי העסקים הקטנים יפסיקו לשווק, ואז יגבר הסיכוי להשיג תשומת לב מהגולש.

GettyImages: זילון



יוקר המחיה בישראל הוא גם יוקר השתייה • מספרים לנו שמחירי משקאות האלכוהול הגבוהים הם דווקא לטובתנו • האומנם?

עמית מזרחי

פער המחירים במחירי האלכוהול בין ישראל לעולם נובע בין השאר מהמיסוי הישיר על האלכוהול, שגבוה יחסית לעולם, אך זו לא הסיבה היחידה, כך אומרים לאנדרו ניוהוביץ' וטל גרופר (28), בעלי בר ברמת החייל. השניים מעבירים את צאות תחת הכותרת "כלכלה אלכוהולית מסכיב לעולם". כל אדם שישב כבר במדינה מערבית מבין על מה אנחנו מרברים. אתר globalalcoholprices.com מאשר קביעה זו ומציב את ישראל במקום ה-38 מתוך 60 מדינות שדורגו במדר יוקר האלכוהול העולמי.

המדר השווה מחירים של ג'וני ווקר ארום (0.7 ליטרים), וורקה סמירנוף (0.7 ליטרים) ושישית בירה היינקה. על פי המדר, המדינות הכוללות ביותר הן יפן, פרו ואלבניה. את הרשימה סוגרות הירקות סינגפור, נורבגיה ואיסלנד. באופן יחסי לשאר העולם, אנחנו נו לא נחשבים לצרכנים גדולים של אלכוהול. לפי מחקר של ה-OECD, ישראל ממוקמת רביעית מסוף הרשימה בכמויות צריכת אלכוהול, עם ממוצע של 2.5 ליטרים של אלכוהול נקי לאדם לשנה. כמות זו נותרה לא שנייה משנת 2000, בעוד ממוצע הצריכה של מדינות ה-OECD עומד כעת על 10 ליטרים לנפש מדי שנה. אמנם הצריכה הכוללת לנפש לא עלתה, בעיקר בשל הרכב האוכלוסייה הישראלית – מוסלמים שנמנעים

מצידיה בכלל וחרדים שנוטים לצרוך פחות אלכוהול, אך לפי ה-OECD עלה מספר המוכרים לאלכוהול, וכן ירד גיל הצריכה הראשוני. כאמור, המיסוי הוא לא הסיבה היחידה למחירים הגבוהים. ישראל ממוקמת במקום ה-54 במדר קלות העסקים של הבנק העולמי וכן במקום 79 במדר הרגולציה של מכוני פרייור הקנרי. הקשיים הללו של בעלי העסקים מתבטאים בסופו של דבר במחירי המוצרים.

מחנכים אותנו

"כיום המיסוי על אלכוהול עומד על 85 שקלים לליטר אלכוהול שזה 'מס התנהגות' לחלוטין", טוענים בעלי הבר ברמת החייל, "להבדיל ממיסים המשך בעמ' 33"

השוואת מחירי אלכוהול בשקלים

ספרד	בריטניה	ישראל	ארה"ב	
90 ש'	101 ש'	109 ש'	104 ש'	שיבאס ריגל 12 0.7 ליטר
54 ש'	55 ש'	85 ש'	60 ש'	טקילה קווארבו 0.7 ליטר
49 ש'	74 ש'	64 ש'	60 ש'	וודקה אבסולוט 0.7 ליטר
45 ש'	78 ש'	89 ש'	52 ש'	רום קפטן מורגן 0.7 ליטר

למה מחירי האלכוהול בישראל גבוהים ביחס לעולם?

- קושי כללי בפתיחת עסק ורגולציה חזקה
- מיסוי כבד ביחס לעולם
- המיסוי מקשה על חברות קטנות ומשמר את מונופול המשווקות הגדולות
- מיסים כמו אגרת לילה, מסי שילוט
- הגבלות על פרסום
- התקנה הישראלית אינה מכירה בזו הבינלאומית כשירות